

Hoja de datos hispanos
VERB.™ It's What You Do.
VERB.™ Ponte las Pilas.™

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA

La Campaña Mediática Juvenil “VERB. It's What You Do”, lanzada por el Departamento Estadounidense de Servicios para la Salud y Humanos (HHS por sus siglas en inglés), es una campaña nacional y multicultural cuya meta es crear un movimiento para promover la actividad física y prosocial (grupo organizado) positiva y para desplazar comportamientos insalubres y riesgosos entre los jóvenes de 9 a 13 años, un grupo de edad al que en términos de mercadeo se lo conoce como “*tweens*” o preadolescentes. La campaña, denominada en español “*VERB. Ponte las Pilas*” es administrada por los Centros para la Prevención y Control de Enfermedades, y utilizará medios masivos e interactivos, sociedades y eventos comunitarios para ayudar a que los *tweens* aumenten sus niveles de comportamiento positivo.

La campaña anima a los *tweens* a que encuentren un verbo (tal como correr, pintar, cantar, bailar, saltar, patinar, etc.) o varios verbos que reflejen su personalidad e intereses y que luego utilicen “su verbo” como una plataforma para mejorar la salud y para hacer de la actividad física y la participación comunitaria habitual un pasatiempo vitalicio.

Un componente importante de la campaña es informar a los padres de familia, líderes de la juventud y educadores acerca de los beneficios para la salud física y mental que brinda a los *tweens* su participación en actividades positivas. La promoción para los adultos incluirá sugerencias para motivar hábitos saludables entre los *tweens* tales como mayor actividad física y prosocial.

ACTIVIDADES FÍSICAS Y PROSOCIALES

Los niños que participan en actividades positivas que tienen un objetivo son menos propensos a caer en comportamientos riesgosos. La campaña VERB pone un énfasis en la actividad física y prosocial moderada a vigorosa desarrollada en clubes/grupos, organizaciones, clases, equipos o la familia **PERO SIN** excluir la actividad física individual o las actividades no físicas tales como el voluntariado, las artes teatrales, las artes visuales y la gestión estudiantil, por nombrar algunas. La actividad prosocial se define como la participación activa de los niños en sus familias y en organizaciones o programas positivos, tales como clubes de la escuela y grupos comunitarios o religiosos.

EL ENFOQUE HISPANO/LATINO

A diferencia del mercado general, las audiencias hispanas que viven en los Estados Unidos tienen tradicionalmente mucha menos exposición a la información y a los mensajes sobre salud, estilos de vida, nutrición y ventajas de las actividades organizadas para los niños. Debido a barreras socioeconómicas y del idioma, los miembros de la comunidad hispana están en desventaja con respecto al mercado general en términos de niveles de sensibilización acerca de los beneficios de la actividad prosocial, percepciones de la actividad física y otros asuntos que son fundamentales para esta campaña (según la investigación independiente de mercado realizada por GarciaLKS360°, una agencia de mercadeo hispano, 2002). Por lo tanto, una campaña de relaciones públicas bilingüe que está plenamente integrada a las iniciativas para el mercado general proporciona un marco ideal para educar a la comunidad hispana.

ESTADÍSTICAS Y DATOS HISPANOS

Actividad física y comportamiento sedentario.

- La juventud hispana, de quinto a octavo grado en la escuela, es menos activa que la juventud caucásica. La auto eficacia, la percepción de los beneficios para la salud, el apoyo de los padres de familia y el acceso a programas comunitarios de actividad física influyen en los niveles de actividad (Estudio Bogalusa del Corazón, 1996).
- Los niños que miran más TV son menos propensos a participar en actividades físicas vigorosas. Los niños que tienen TV en su recámara miran 4.6 horas adicionales por semana. Una mayor cantidad de niños hispanos (50%) tiene una TV en su recámara que los niños caucásicos (20%) (Denison, 2002)

Obstáculos para la actividad física.

- Muchos padres de familia hispanos que son nuevos inmigrantes dudan en inscribir a sus niños en actividades organizadas porque no conocen a los líderes del grupo y por lo tanto se preocupan por la seguridad. Además, ellos tienen recursos limitados para pagar los programas y el equipo (Grupos de enfoque conducidos por GarciaLKS360°, 2002).
- Los límites de familia y del género, así como las barreras del idioma, plantean un gran obstáculo para la participación de la población hispana en las actividades. (Grupos de enfoque conducidos por GarciaLKS360°, 2002).

Opinión de la salud.

- Para muchos hispanos, el concepto de salud implica tener suficiente comida y la ausencia de enfermedades. La conexión entre la actividad física y los beneficios para la salud a largo plazo no ocurre naturalmente. (Grupos de enfoque conducidos por GarciaLKS360°, 2002)

Comportamiento riesgoso

- El sexo, el consumo de alcohol y los intentos de suicidio han aumentado entre los adolescentes hispanos, mientras que los índices de comportamiento riesgoso han bajado en otros grupos étnicos (Estudios de la evidencia de comportamiento riesgoso en la juventud, 2000). La participación en actividades positivas ocupa el tiempo que de otra manera podría dedicarse a los comportamientos riesgosos. Además, la participación en actividades de la comunidad y los comportamientos saludables de los pares son factores que protegen contra los comportamientos riesgosos (Hawkins, Catalano, Kosterman, Abbott y Hill, 1999).

Peso y obesidad.

- El 30.4% de todos los niños hispanos que viven en los Estados Unidos tienen sobrepeso, comparado con el 25% de los niños caucásicos; los adolescentes hispanos nacidos en los Estados Unidos de padres inmigrantes tienen el doble de probabilidad de tener sobrepeso que los adolescentes que nacieron en el exterior y se mudaron a los Estados Unidos (Estudio longitudinal nacional de la salud adolescente, 1998). En general, la aculturación o asimilación al estilo de vida estadounidense aumenta los factores de riesgo para la obesidad.
- Los niños hispanos tienen un índice más alto de incidencia de la diabetes tipo 2 que los niños caucásicos. En algunos estudios, el porcentaje de los niños que tienen diabetes tipo 2 ha aumentado de menos del 5% antes de 1994, a un 20% a 30% después de 1994. La obesidad es uno de los principales factores de riesgo para la diabetes tipo 2 en los niños. (Declaración sobre la diabetes, audiencia del *Congressional Hispanic Caucus*, 1999).